

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการอธิบายถึงโครงสร้างของตลาดที่เกี่ยวข้องกับผู้ขาย ส่วนที่สอง อธิบายเกี่ยวกับระดับของการแข่งขันของสินค้าประเภทผักและผลไม้

4.1 โครงสร้างตลาดที่เกี่ยวข้องกับผู้ขาย

จากการสำรวจจำนวนผู้ขายในตลาดเมือง เนื่องจากผู้ขายบางรายไม่ได้ขายสินค้าตามจุดประสงค์ของการศึกษานี้ ดังนั้น เมื่อมีการเก็บข้อมูลจริง สามารถเก็บตัวอย่างได้เพียง 169 ตัวอย่างเท่านั้น ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนของผู้ขายจำแนกตามประเภทสินค้า

ชนิดของสินค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผักสด	93	55.0
ผลไม้	76	45.0
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ตัวอย่างที่ถูกจัดเก็บมากที่สุดคือ ผู้ขายผักสด จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.0 ของตัวอย่างทั้งหมด สำหรับผู้ขายผลไม้ ถูกจัดเก็บจำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 ของตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.2 จำนวนของผู้ชายจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	64	37.9
หญิง	105	62.1
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ชายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.1 ของตัวอย่างทั้งหมด ส่วนผู้ชายที่เป็นเพศชายมีจำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.97 ของตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 4.3 จำนวนผู้ชายจำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	2	1.2
20 – 29	24	14.2
30 – 39	48	28.4
40 – 49	65	38.5
50 – 59	23	13.6
ตั้งแต่ 60 ขึ้นไป	2	1.2
ไม่แสดงความคิดเห็น	5	3.0
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ชายส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.4 อายุระหว่าง 20 – 29 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 อายุ 50 – 59 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.6 ไม่แสดงความคิดเห็น จำนวน 5 รายคิดเป็นร้อยละ 3.0 อายุต่ำกว่า 20 ปีและอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนผู้ขายจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	74	43.8
มัธยมศึกษา	74	43.8
อนุปริญญา	13	7.7
ปริญญาตรี	5	3.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและระดับมัธยมศึกษาจำนวน 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.8 เท่ากัน รองลงมาคือระดับอนุปริญญาจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 ระดับปริญญาตรีจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนผู้ขายจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	27	16.0
สมรส	123	72.8
หย่าร้าง	11	6.5
หม้าย	5	3.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสจำนวน 123 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมาคือสถานภาพโสดจำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 สถานภาพหย่าร้างจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 สถานภาพหม้ายจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนผู้ขายจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เชียงใหม่	133	78.7
จังหวัดอื่นๆ	34	21.3
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 134 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.7 ส่วนจังหวัดอื่นๆ จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.3

ตารางที่ 4.7 จำนวนผู้ขายที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอำเภอ

อำเภอ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เมือง	43	32.3
หางดง	10	7.5
สารภี	13	9.8
สันกำแพง	6	4.5
สันทราย	8	6.0
แม่ริม	13	9.8
สะเมิง	19	14.3
ดอยสะเก็ด	7	5.3
สันป่าตอง	5	3.8
อื่นๆ	9	6.8
รวม	133	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในอำเภอเมืองจำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.3 รองลงมาคืออำเภอสะเมิง จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 อำเภอสารภีและอำเภอแม่ริมจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 เท่ากัน อำเภอหางดง จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.5 อำเภออื่นๆ จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 อำเภอสันทรายจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.0

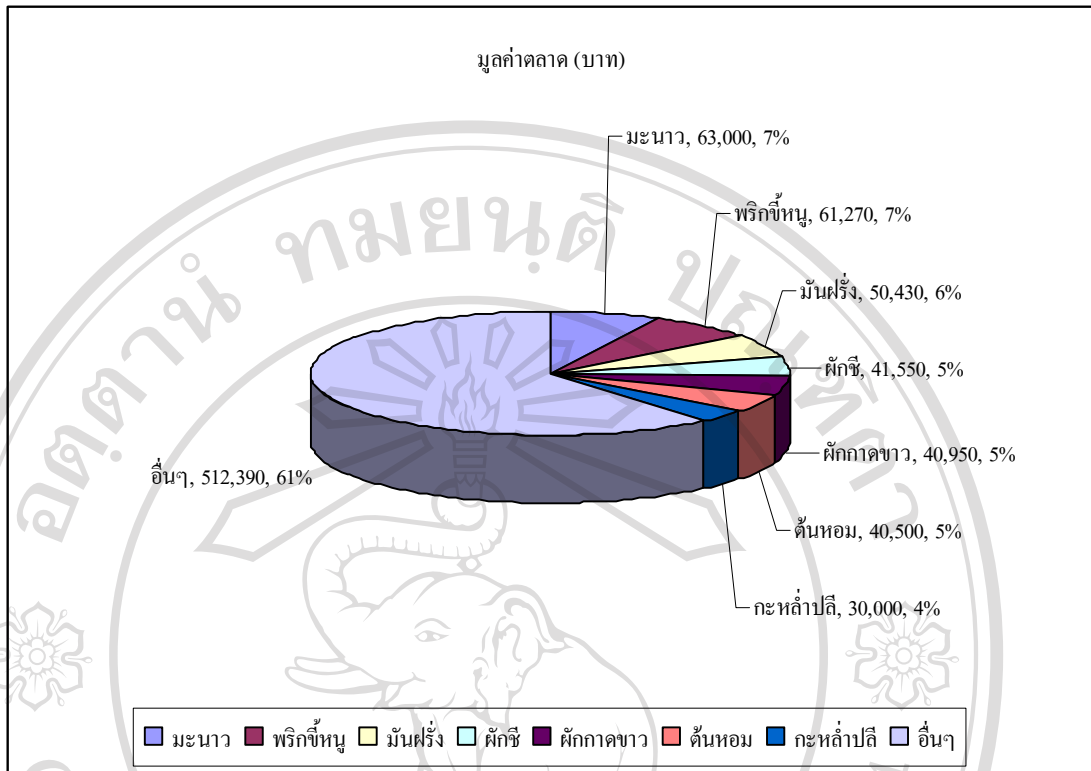
อำเภอดอยสะเก็ดจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 อำเภอสันกำแพงจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 และอำเภอสันป่าตองจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงอันดับของมูลค่าตลาดใน 1 วันและแหล่งสินค้าสินค้าประเภทผักสดตามฤดูกาล 7 อันดับแรก

ลำดับ	สินค้า	ราคา (บาท)	มูลค่าตลาด (บาท)	ร้อยละ	แหล่งสินค้า
1.	มะนาว	30-35	63,000	7.5	จังหวัดเชียงใหม่
2.	พริกขี้หนูสด	20-45	61,270	7.3	จังหวัดเชียงใหม่
3.	มันฝรั่ง	6-16	50,430	6.0	จังหวัดเชียงใหม่
4.	ผักชี	30-35	41,550	4.9	จังหวัดเชียงใหม่
5.	ผักกาดขาว	6-10	40,950	4.9	จังหวัดเชียงใหม่
6.	ต้นหอม	30	40,500	4.8	จังหวัดเชียงใหม่
7.	กะหล่ำปลี	3-10	30,000	3.5	จังหวัดเชียงใหม่
8.	อื่นๆ	-	512,390	61.0	-
รวม			840,090	100.0	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 พบว่ามะนาวมีมูลค่าตลาดเป็นอันดับหนึ่งมีมูลค่า 63,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาคือพริกขี้หนูสดมีมูลค่า 61,270 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 7.3 มันฝรั่งมีมูลค่า 50,430 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ผักชีมีมูลค่า 41,550 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ผักกาดขาวมีมูลค่า 40,950 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 4.9 ต้นหอมมีมูลค่า 40,500 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และกะหล่ำปลีมีมูลค่า 30,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ โดยผักสดส่วนใหญ่มาจากจังหวัดเชียงใหม่



รูปที่ 4.1 แผนภูมิวงกลมแสดงส่วนแบ่งตลาดและร้อยละของสินค้าประเภทผักสด 7 อันดับแรก

ตารางที่ 4.9 จำนวนผู้ขายผักสดจำแนกตามรายได้ต่อวัน

มูลค่า (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	33	35.5
5,000 – 9,999	20	21.5
10,000 – 14,999	13	14.0
15,000 – 19,999	6	6.5
20,000 – 24,999	1	1.1
25,000 – 29,999	6	6.5
ตั้งแต่ 30,000 ขึ้นไป	5	5.4
ไม่แสดงความคิดเห็น	9	9.7
รวม	93	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ขายผักสดส่วนใหญ่มีรายได้ต่อวันต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.5 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายได้ระหว่าง 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.0 ไม่แสดงความคิดเห็น จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.7 รายได้ระหว่าง 15,000 – 19,999 บาทและ 25,000 – 29,999 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 เท่ากัน รายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.4 และรายได้ระหว่าง 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงอันดับของมูลค่าตลาดใน 1 วันและแหล่งสินค้าสินค้าประเภทผลไม้ตามฤดูกาล 7 อันดับแรก

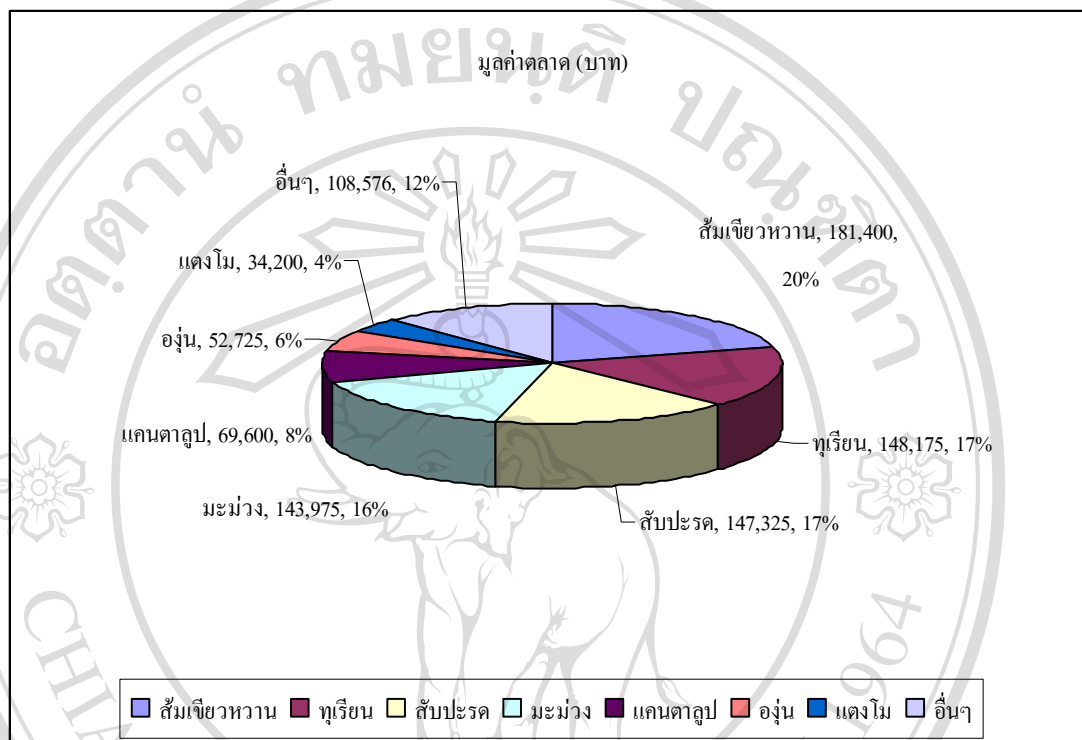
ลำดับ	สินค้า	ราคา (บาท)	มูลค่าตลาด (บาท)	ร้อยละ	แหล่งสินค้า
1.	ส้มเขียวหวาน	10-18	181,400	20.5	อ.ฝาง เชียงใหม่
2.	ทุเรียน	17-19	148,175	16.7	จันทบุรี, ระยอง
3.	สับปะรด	9-15	147,325	16.6	เชียงราย, ลำปาง
4.	มะม่วง	8-23	143,975	16.3	พิจิตร
5.	แคนตาลูป	16-20	69,600	7.9	ตาก
6.	องุ่น	45-46	52,725	6.0	ไม่ระบุ
7.	แตงโม	7-8	34,200	3.9	เชียงราย
8.	อื่นๆ	-	108,576	12.3	-
รวม			885,976	100.0	

ที่มา : จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4.10 พบว่าส้มเขียวหวานมีมูลค่าตลาดเป็นอันดับหนึ่งมีมูลค่า 181,400 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รองลงมาคือทุเรียนมีมูลค่า 148,175 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 16.7 สับปะรดมีมูลค่า 147,325 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 16.6 มะม่วงมีมูลค่า 143,975 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 16.3 แคนตาลูปมีมูลค่า 69,600 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 7.9 องุ่นมีมูลค่า 52,725 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และแตงโมมีมูลค่า 34,200 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 3.9 ตามลำดับ

ส่วนแหล่งสินค้า จากตารางพบว่าส้มเขียวหวานมาจากอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ ทุเรียนมาจากจังหวัดจันทบุรีและระยอง สับปะรดมาจากจังหวัดเชียงรายและลำปาง มะม่วงมาจาก

จังหวัดพิจิตร แคนตาลูปมาจากจังหวัดตาก องุ่นไม่ระบุแหล่งสินค้าและแตงโมมาจากจังหวัด
เชียงราย



รูปที่ 4.2 แผนภูมิแสดงส่วนแบ่งตลาดและร้อยละของสินค้าประเภทผลไม้ 7 อันดับแรก

ตารางที่ 4.11 จำนวนผู้ขายผลไม้จำแนกตามรายได้ต่อวัน

มูลค่า (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000	20	26.3
5,000 – 9,999	15	19.7
10,000 – 14,999	17	22.4
15,000 – 19,999	12	15.8
20,000 – 24,999	3	3.9
25,000 – 29,999	2	2.6
ตั้งแต่ 30,000 ขึ้นไป	5	6.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	2.6
รวม	76	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ขายผลไม้มากส่วนใหญ่มียรายได้ต่อวันต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 10,000 – 14,999 บาท จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.4 รายได้ระหว่าง 5,000 – 9,999 บาท จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ รายได้ระหว่าง 15,000 – 19,999 บาทจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.8 รายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.6 รายได้ระหว่าง 20,000 – 24,999 บาท จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.9 และรายได้ระหว่าง 25,000 – 29,999 บาทและไม่แสดงความคิดเห็น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.6 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการเสีค่าจัดเก็บสินค้าที่เหลื่อขายในแต่ละวัน

การเสีค่าจัดเก็บ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เสี	152	89.9
เสี	4	2.4
ไม่แสดงความคิดเห็น	13	7.7
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ไม่เสีค่าจัดเก็บสินค้าที่เหลื่อขายในแต่ละวัน จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.9 รองลงมาคือไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 และเสีค่าจัดเก็บสินค้าจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนผู้ขายจำแนกตามแหล่งสินค้า

แหล่งสินค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
จังหวัดเชียงใหม่	105	62.1
จังหวัดเชียงราย	11	6.5
จังหวัดสุโขทัย	5	3.0
จังหวัดอื่น	40	23.7
ไม่แสดงความคิดเห็น	8	4.7
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ได้สินค้ามาจากจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 105 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.1 รองลงมาคือจากจังหวัดอื่นจำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.7 จังหวัดเชียงราย จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และ จังหวัดสุโขทัยจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนผู้ขายจำแนกตามแหล่งสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

แหล่งสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
เมือง	8	7.6
หางดง	5	4.8
สารภี	6	5.7
สันกำแพง	7	6.7
แม่ริม	10	9.5
สะเมิง	13	12.4
ดอยสะเก็ด	6	5.7
สันป่าตอง	5	4.8
แม่วาง	6	5.7
ฝาง	12	11.4
แม่แตง	5	4.8
แม่แจ่ม	5	4.8
เชียงดาว	15	14.3
อำเภออื่นๆ	2	1.9
รวม	105	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ขายที่ได้สินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ได้สินค้ามาจาก อำเภอเชียงดาวจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.3 รองลงมาคืออำเภอสะเมิงจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.4 อำเภอฝางจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.4 อำเภอแม่ริมจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 อำเภอเมืองจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.6 อำเภอสันกำแพงจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 อำเภอสารภี อำเภอดอยสะเก็ดและอำเภอแม่วางจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.7 เท่ากัน

อำเภอหางดง อำเภอสันป่าตอง อำเภอแม่แตงและอำเภอแม่แจ่มจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.8 เท่ากัน และอำเภออื่นๆ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการได้มาของสินค้า

การได้มาของสินค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ผลิตสินค้าเอง	13	7.7
รับจากผู้ผลิต	70	41.4
รับจากพ่อค้าคนกลาง	83	49.1
อื่นๆ	1	.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	1.2
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่รับสินค้ามาจากพ่อค้าคนกลางจำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาคือรับจากผู้ผลิตจำนวน 70 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.4 ผลิตสินค้าเองจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 และอื่นๆจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการขนส่งสินค้า

การขนส่งสินค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไปรับมาเอง	56	33.1
ผู้ผลิตมาส่งที่ตลาด	31	18.3
ผู้ผลิตมาส่งที่บ้าน	8	4.7
พ่อค้าคนกลางมาส่งให้ที่ตลาด	71	42.0
พ่อค้าคนกลางมาส่งให้ที่บ้าน	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ให้พ่อค้าคนกลางนำสินค้ามาส่งที่ตลาดจำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมาคือไปรับสินค้าเองจำนวน 56 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.1 ให้ผู้ผลิต

มาส่งที่ตลาดจำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 ให้ผู้ผลิตมาส่งที่บ้านผู้ขายจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และให้พ่อค้าคนกลางมาส่งให้ที่บ้านผู้ขายจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 จำนวนผู้ขายจำแนกตามเวลาที่เริ่มขายส่ง

ช่วงเวลา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
00.00-00.59	22	13.0
01.00-01.59	10	5.9
02.00-02.59	19	11.2
03.00-03.59	29	17.2
04.00-04.59	16	9.5
05.00-05.59	20	11.8
06.00-06.59	19	11.2
ขายตลอด 24 ชั่วโมง	28	16.6
อื่นๆ	5	3.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	1	.6
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่เริ่มขายสินค้าตั้งแต่ช่วงเวลา 03.00-03.59 น. จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.2 รองลงมาคือขายตลอด 24 ชั่วโมงจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.6 ช่วงเวลา 00.00-00.59 น. จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 ช่วงเวลา 05.00-05.59 น. จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8 ช่วงเวลา 02.00-02.59 น. และ 06.00-06.59 น. จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 เท่ากัน ช่วงเวลา 04.00-04.59 น. จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ช่วงเวลา 01.00-01.59 น. จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.9 ช่วงเวลาอื่นๆ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 จำนวนผู้ขายจำแนกตามเวลาที่เลิกขายส่ง

ช่วงเวลา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
07.00-07.59	5	3.0
08.00-08.59	4	2.4
09.00-09.59	3	1.8
10.00-10.59	8	4.7
11.00-11.59	23	13.6
12.00-12.59	44	26.0
13.00-13.59	5	3.0
17.00-17.59	6	3.6
18.00-18.59	9	5.3
19.00-19.59	5	3.0
ขายตลอด 24 ชั่วโมง	28	16.6
อื่นๆ	27	16.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	1.2
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่เลิกขายสินค้าตั้งแต่ช่วงเวลา 12.00-12.59 น. จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 รองลงมาคือขายตลอด 24 ชั่วโมงจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.6 ช่วงเวลาอื่นๆ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.0 ช่วงเวลา 18.00-18.59 น. จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ช่วงเวลา 10.00-10.59 น. จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 ช่วงเวลา 17.00-17.59 น. จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ช่วงเวลา 07.00-07.59 น. 13.00-13.59 น. และ 19.00-19.59 น. จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 เท่ากัน ช่วงเวลา 08.00-08.59 น. จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ช่วงเวลา 09.00-09.59 น. จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 และ ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวนผู้ขายจำแนกตามช่วงเวลาที่มียูกค้ามาจ่ายตลาดมากที่สุด

ช่วงเวลา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
00.00-01.59	7	4.1
02.00-03.59	20	11.8
04.00-05.59	35	20.7
06.00-07.59	39	23.1
08.00-09.59	26	15.4
10.00-11.59	16	9.5
12.00-13.59	7	4.1
อื่นๆ	17	10.1
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	1.2
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ตอบว่าลูกค้ามาจ่ายตลาดมากที่สุดในช่วงเวลา 06.00 – 07.59 น. จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.1 รองลงมาคือช่วงเวลา 04.00 – 05.59 น. จำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.7 ช่วงเวลา 08.00-09.59 น. จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4 ช่วงเวลา 02.00-03.59 น. จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8 ช่วงเวลาอื่นๆ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.1 ช่วงเวลา 10.00-11.59 น. จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ช่วงเวลา 00.00-01.59 น. และ 12.00-13.59 น. จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.1 เท่ากัน และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 จำนวนผู้ขายจำแนกตามกลุ่มลูกค้า

กลุ่มลูกค้า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พ่อค้าหรือแม่ค้าขายปลีก	59	34.9
ภัตตาคาร โรงแรม	6	3.6
ร้านอาหาร	14	8.3
ลูกค้าทั่วไป	79	46.7
ไม่ทราบกลุ่ม	9	5.3
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	1.2
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าทั่วไปจำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาคือกลุ่มพ่อค้าหรือแม่ค้าขายปลีกจำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.9 กลุ่มร้านอาหารจำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.3 ไม่ทราบกลุ่มลูกค้าจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 กลุ่มภัตตาคาร โรงแรมจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 จำนวนผู้ขายจำแนกตามระยะเวลาที่ขายสินค้าในตลาด

เวลา (ปี)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1	6	3.6
1-3	49	29.0
4-6	44	26.0
7-9	25	14.8
มากกว่า 9	23	13.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	22	13.0
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ขายสินค้าเป็นระยะเวลา 1-3 ปี จำนวน 49 คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือระยะเวลา 4-6 ปี จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ระยะเวลา 7-9 ปี จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 ระยะเวลามากกว่า 9 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.6 ไม่แสดงความคิดเห็น 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 และระยะเวลาดำกว่า 1 ปี จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการเคยขายที่ตลาดอื่น

เคยขายที่ตลาดอื่น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เคย	64	37.9
ไม่เคย	102	60.4
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ขายสินค้าที่ตลาดเมืองใหม่เป็นแห่งแรกจำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาเป็นผู้ขายที่เคยขายในตลาดอื่นมาก่อนจำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.9 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 จำนวนผู้ขายจำแนกตามจำนวนของคนช่วยขายสินค้าในร้าน

จำนวนคนช่วยขาย (คน)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีคนช่วยขาย	28	16.6
1	87	51.5
2	33	19.5
3	8	4.7
4	5	3.0
ไม่แสดงความคิดเห็น	8	4.7
ไม่เคย	102	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่มีคนช่วยขายสินค้า 1 คนจำนวน 87 คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือมีคนช่วยขายสินค้า 2 คนจำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.5 ไม่มีคนช่วยขายสินค้าจำนวน 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.6 มีคนช่วยขายสินค้า 3 คนและไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 เท่ากัน และมีคนช่วยขายสินค้า 4 คนจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 จำนวนผู้ขายจำแนกตามขนาดพื้นที่ที่ใช้ขายสินค้า

ขนาดพื้นที่ (ตารางเมตร)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1 – 3	50	29.5
4 – 6	42	24.9
7 – 9	3	1.8
10 – 12	9	5.3
มากกว่า 12	24	14.2
ไม่แสดงความคิดเห็น	41	24.3
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ใช้ขนาดพื้นที่ในการขายสินค้า 1-3 ตารางเมตรจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมาคือขนาดพื้นที่ 4-6 ตารางเมตรจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9 ไม่แสดงความคิดเห็น 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3 ขนาดพื้นที่มากกว่า 12 ตารางเมตรจำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.2 ขนาดพื้นที่ 10-12 ตารางเมตรจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 และขนาดพื้นที่ 7-9 ตารางเมตรจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการเสียค่าเช่าแผงต่อวัน

ค่าเช่าแผงต่อวัน (บาท)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 50	19	11.2
50 – 99	49	29.0
100 – 149	30	17.8
150 – 199	7	4.1
200 – 249	12	7.1
250 – 299	3	1.8
300 – 349	25	14.8
350 – 399	3	1.8
มากกว่า 399	11	6.5
ไม่แสดงความคิดเห็น	10	5.9
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่เสียค่าเช่าแผง 50-99 บาทต่อวันจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือค่าเช่า 100-149 บาทต่อวันจำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8 ค่าเช่า 300-349 บาทต่อวันจำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.8 ค่าเช่าต่ำกว่า 50 บาทต่อวันจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 ค่าเช่า 200-249 บาทต่อวันจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.1 ค่าเช่ามากกว่า 399 บาทต่อวัน จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.9 ค่าเช่า 150-199 บาทต่อวันจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.1 ค่าเช่า 250-299 บาทต่อวันและค่าเช่า 350 – 399 บาทต่อวันจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการเสียค่าทำความสะอาดตลาดต่อวัน

ค่าทำความสะอาด (บาท/วัน)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เสีย	102	60.4
ต่ำกว่า 5	15	8.9
5	22	13.0
10	16	9.5
20	8	4.7
ไม่แสดงความคิดเห็น	6	3.6
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ไม่เสียค่าทำความสะอาดตลาดจำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาคือเสียค่าทำความสะอาดวันละ 5 บาทจำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0 เสียวันละ 10 บาทจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 เสียวันละต่ำกว่า 5 บาทจำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.9 เสียวันละ 20 บาทจำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.7 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.27 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการเสียค่าเช่าหรือค่ากินเปล่า

ค่าเช่าหรือค่ากินเปล่า	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เสีย	4	2.4
ไม่เสีย	145	85.8
ไม่แสดงความคิดเห็น	20	11.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ไม่เสียค่าเช่าจำนวน 145 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.8 รองลงมาคือไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8 และเสียค่าเช่าจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าเช่าแผง

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พอดี	89	52.7
แพงเกินไป	58	34.3
ค่อนข้างถูก	11	6.5
ไม่แสดงความคิดเห็น	11	6.5
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่เห็นว่าราคาค่าเช่าแผงมีความพอดีจำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือคิดเห็นว่าค่าเช่าแพงเกินไปจำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.3 คิดเห็นว่าค่าเช่าแผงค่อนข้างถูกจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดตลาด

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พอดี	88	52.1
คับแคบ เล็กเกินไป	77	45.6
ใหญ่เกินไป	2	1.2
ไม่แสดงความคิดเห็น	2	1.2
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่เห็นว่าขนาดตลาดมีความพอดีจำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาคือคิดเห็นว่าขนาดตลาดคับแคบหรือเล็กเกินไปจำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.6 คิดเห็นว่าขนาดตลาดใหญ่เกินไปและไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.2 เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการที่จอดรถ

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
มีเพียงพอ	49	29.0
มีแต่ไม่เพียงพอ	109	64.5
ไม่มีที่จอดรถ	7	4.1
ไม่แสดงความคิดเห็น	4	2.4
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าที่จอดรถของตลาดมีแต่ไม่เพียงพอกับความต้องการจำนวน 109 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือคิดเห็นว่าที่จอดรถเพียงพอจำนวน 49 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.0 คิดเห็นว่าไม่มีที่จอดรถไว้บริการจำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.1 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.31 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการด้านสุขา

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพียงพอและสะอาด	62	36.7
เพียงพอแต่ไม่สะอาด	42	24.9
ไม่เพียงพอแต่สะอาด	9	5.3
ไม่เพียงพอและไม่สะอาด	50	29.6
ไม่มีห้องสุขาของตลาด	1	0.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	5	3.0
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าบริการด้านสุขามีเพียงพอกับความต้องการและมีความสะอาดจำนวน 62 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาคือคิดเห็นว่าไม่เพียงพอและไม่มีความสะอาดจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 คิดเห็นว่าเพียงพอแต่ไม่มีความสะอาดจำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.9 คิดเห็นว่า มีไม่เพียงพอแต่มีความสะอาดจำนวน 9 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 5.3 ไม่แสดงความคิดเห็น 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.0 และคิดเห็นว่าตลาดไม่มีห้องสุขาไว้บริการจำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสะอาดของตลาด

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ดีแล้ว	48	28.4
พอใช้	81	47.9
ควรปรับปรุง	37	21.9
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าความสะอาดของตลาดพอใช้จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.9 รองลงมาคือคิดเห็นว่าดีแล้วจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.4 คิดเห็นว่าควรปรับปรุงจำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.9 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.33 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเก็บขยะ

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ดีแล้ว	48	28.4
พอใช้	68	40.2
ควรปรับปรุง	50	29.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการเก็บขยะในตลาดพอใช้จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือคิดเห็นว่าควรปรับปรุงจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 คิดเห็นว่าดีแล้วจำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.4 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.34 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการระบายน้ำ

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ดีแล้ว	13	7.7
พอใช้	102	60.4
ควรปรับปรุง	50	29.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	4	2.4
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าระบบการระบายน้ำในตลาดพอใช้จำนวน 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาคือคิดเห็นว่าควรปรับปรุงจำนวน 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.6 คิดเห็นว่าดีแล้วจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.7 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.35 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายเทอากาศ

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ดีแล้ว	11	6.5
พอใช้	76	45.0
ควรปรับปรุง	78	46.2
ไม่แสดงความคิดเห็น	4	2.4
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.35 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการถ่ายเทอากาศควรปรับปรุงจำนวน 78 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาคือคิดเห็นว่าพอใช้จำนวน 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.0 คิดเห็นว่าดีแล้วจำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 จำนวนผู้ขายจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับที่รับส่งสินค้า

ความคิดเห็น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ดีแล้ว	18	10.7
พอใช้	54	32.0
ควรปรับปรุง	94	55.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	3	1.8
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่คิดเห็นว่าการถ่ายเทอากาศควรปรับปรุงจำนวน 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.6 รองลงมาคือคิดเห็นว่าพอใช้จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.0 คิดเห็นว่าดีแล้วจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 จำนวนผู้ขายจำแนกตามการได้รับผลกระทบของซูเปอร์มาเกต

ผลกระทบ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่มีผล	119	70.4
ทำให้ยอดขายลดลง	41	24.3
ไม่แสดงความคิดเห็น	9	5.3
รวม	169	100.0

ที่มา : จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ขายส่วนใหญ่ไม่ได้รับผลกระทบจากซูเปอร์มาเกตจำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.4 รองลงมาคือได้รับผลกระทบทำให้ยอดขายลดลงจำนวน 41 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.3 และไม่แสดงความคิดเห็นจำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

4.2 ระดับของการแข่งขันของสินค้าประเภทผักสดและผลไม้

จากกลุ่มตัวอย่างสินค้าประเภทผักสดจำนวน 93 ตัวอย่าง และสินค้าประเภทผลไม้จำนวน 76 ตัวอย่าง เมื่อนำแบบสอบถามมาพิจารณาแล้วปรากฏว่ามีตัวอย่างสินค้าประเภทผักสดที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ 84 ตัวอย่าง และตัวอย่างสินค้าประเภทผลไม้ 74 ตัวอย่าง นำกลุ่มตัวอย่างสินค้าทั้ง 2 ชนิดมาวิเคราะห์หาค่าระดับการแข่งขันของตลาดของสินค้าแต่ละชนิด โดยใช้ดัชนีเฮอร์ฟิנדัล (Herfindahl-Hirschman index, HHI)

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

เมื่อ s_i คือร้อยละของส่วนแบ่งมูลค่าตลาดของหน่วยธุรกิจทั้งหมดในอุตสาหกรรมเดียวกัน ผลการศึกษา มีดังนี้

ตารางที่ 4.38 ดัชนีเฮอร์ฟิנדัลของสินค้าประเภทผักสด

รายได้ (บาท/วัน)	จำนวน (ราย)	จุดกึ่งกลาง รายได้	มูลค่าตลาด	ส่วนแบ่ง ตลาด (S)	S ²	
	(1)	(2)	(1)*(2)	(2)*100/(3)	(4)	(1)*(4)
920-6089	40	3504.5	140180	0.421	0.177	7.096
6090-11259	16	8674.5	138792	1.043	1.087	17.390
11260-16429	13	13844.5	179978.5	1.664	2.769	35.991
16430-21599	8	19014.5	152116	2.285	5.222	41.778
21600-26769	2	24184.5	48369	2.907	8.448	16.897
26770-31939	2	29354.5	58709	3.528	12.446	24.893
31940-37109	1	34524.5	34524.5	4.149	17.217	17.217
37110-42279	2	39694.5	79389	4.771	22.759	45.518
รวม	84		832058 (3)		HHI = 206.779	

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ค่า HHI = 206.779 หมายความว่าสินค้าประเภทผักสดมีระดับการแข่งขันในตลาดสูง

ตารางที่ 4.39 คำนีเฮอร์ฟิנדัลของสินค้าประเภทผลไม้

รายได้ (บาท/วัน)	จำนวน (ราย)	จุดกึ่งกลาง รายได้	มูลค่าตลาด	ส่วนแบ่ง ตลาด (S)	S ²	
	(1)	(2)	(1)*(2)	(2)*100/(3)	(4)	(1)*(4)
240-5854	21	3047	63987	0.335	0.112	2.352
5855-11469	19	8662	164578	0.951	0.905	17.196
11470-17084	18	14277	256986	1.568	2.459	44.257
17085-22699	9	19892	179028	2.185	4.773	42.957
22700-28314	0	25507	0	2.801	7.848	0.000
28315-33929	4	31122	124488	3.418	11.683	46.733
33930-39544	1	36737	36737	4.035	16.279	16.279
39545-45159	2	42352	84704	4.651	21.636	43.272
รวม	74		910508 (3)			HHI = 213.046

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ค่า HHI = 213.046 หมายความว่าสินค้าประเภทผลไม้มีระดับการแข่งขันในตลาดสูง